# 浅谈新媒体语境下广播电视转型方法

张跃勇
（清丰县广播电视台，河南 清丰 457300）

**摘 要：**随着新媒体的不断发展和应用普及，人们接触到的新媒体形式在不断增多，新媒体的影响也在显著加强。就现阶段的分析来看，新媒体的广泛利用改变了传统社会形态下人们之间的关系，由此形成了新的语境，简单概括可以称之为新媒体语境。在新媒体语境下，社会人际关系有了显著的变化，其思考问题的方式、工作生活的节奏以及对具体事物的看法等均有了显著的变化，基于这种变化分析社会发展和产业进步有突出的现实价值。总结当前的社会发展现状，受新媒体语境的影响，广播电视要发挥自身价值，需要积极地寻求转型，明确转型的方法和策略，这对整体工作进步价值显著。文章分析研究新媒体语境下广播电视转型的方法，目的在于指导实践工作。

**关键词：**新媒体广播电视；价值分析；本体转型；文化转型；制度转型 **中图分类号：**G229.2 **文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2021）05-080-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.025
**本文著录格式：**张跃勇．浅谈新媒体语境下广播电视转型方法 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：80-82.



在目前的社会实践中，新媒体的应用不断普及，且其在社会生活中的作用越来越大，积极分析新媒体环境的具体变化，并对这种变化中的行业发展做相应分析，对实践开展有突出的现实价值。总结社会实践可知，在不同的工具应用基础上，人际关系状态会发生明显的变化，所以传统媒体环境下和新媒体环境下的人际关系有了显著的改变。[1] 在人际关系改变的大环境下，社会工作、思考方式等均需要基于大环境进行调整，也就是说需要在相应的社会语境下实现具体内容的改变。新媒体所构建的新语境具有自身的独特性，在这样的语境当中，广播电视要转型需要在新语境的基础上思考运用的方法。

## 1. 新媒体语境分析

要对新媒体语境下的广播电视转型方法做分析，首先需要了解什么是新媒体语境。基于语境的具体概念做分析可知语境有两个突出的特点，第一是其所体现的是一种关系状态，所反映的是人们在日常交际当中的相关性。第二是语境具有即时性和现实性的特点，其所反映的是交际活动当中的关系。[2] 在新媒体不断普及的大环境下，人际交往所利用的更多是网络空间、平台和渠道，所以人际交往出现了新的形态，在这种形态下，语境的即时性特点会发生显著的改变。

假设“新媒体语境”这个概念成立，那么其所对应的便是现实世界的语境或者是传统媒体时代的语境。具体分析新媒体语境的特征，大多数的研究集中在五个方面：第一是传播主体具有多元化和个性化。第二是传播的内容呈现多媒体化状态和超文本特性。第三是传播行为具有明显的交互性。第四是海量的信息存在着共享性。第五是信息传播具有实效性以及全球性。这五个方面的研究做具体分析会发现其所表示的是新媒体的特征而不是新媒体语境的特征。基于相关的理论对新媒体语境特征进行规划和分析，其最为明显的表现是虚拟性。

总的来讲，网络空间和现实社会有明显的差异，其在很大程度上会将人的真实身份进行掩盖。所以在这个虚拟的空间中，网名可以实现伪装，从而做到直言不讳，这种现象形成了网络或者是新媒体使用的特有话语方式——直白、尖锐、不遮掩。[3] 简言之，虚拟性成为了新媒体语境的显著特征。就目前的实践分析来看，在新媒体语境环境下，网络信息的“暴力倾向”严重，如果不能进行有效地控制和处理，网络信息会对个人、社会等造成显著的影响，所以基于新媒体语境强调广播电视的转型，使广播电视在“纠偏”方向上发挥作用，这样，广播电视的现实应用价值会全面提升。

## 2. 新媒体语境下广播电视转型的价值分析

在新媒体语境下，要实现广播电视的转型，需要对广播电视转型的价值等进行思考与分析，因为价值研究会使广播电视转型的方向和目标更加明确，这对于具体工作开展有显著的意义。

研究发现，新媒体改变了广播电视台的格局，而且随着新媒体在广播电视媒体当中的利用，信息传播方式发生了非常明显的变化，具体表现为信息传播的速度更快，覆盖范围更广，信息的交互性表现更加的突出，这些方面的变化使得广播电视媒体的播放效果有了显著的改变。总的来讲，新媒体在信息传播方面具有非常明显的速度优势，而且能够携带大量的信息，信息的覆盖范围更是能够扩展到整个中国。[4] 新媒体通过与互联网、广播电台的融合，广播电视媒体的节目种类会越来越丰富，内容新颖性表现也会更加地突出，极大地满足了电视观众不断增长的文化需求。和新媒体进行比较，传统广播电视台具有内容固定性、观众选择性差等显著缺陷。新媒体在应用实践中不存在这样的顾虑，所以观众能够基于自身的喜好进行电视节目的选择与播放，这在一定程度上刺激了观众的观看需求，实现了文化消费能力的提高。总而言之，新媒体的优势非常显著，所以在传统广播电视发展的过程中，借助新媒体实现转型，广播电视在竞争中的劣势地位会被一步步改变，这样，广播电视的发展实践效果会更加地显著。总的来讲，在新媒体语境下实现广播电视行业的转型有突出的现实价值。

## 3. 新媒体语境下广播电视转型的方法讨论

基于上文的具体分析可知，在新媒体语境下实现广播电视转型有突出的现实价值，因此讨论广播电视转型

的方法对于广播电视的转型有突出的现实价值。就具体的分析来看，新媒体语境下广播电视转型的方法主要集中在三个方面，以下是具体的分析与讨论。

3.1　本体层面：从传统媒体向融媒体转型

就新媒体语境下的广播电视转型方法实施来看，基于本体层面做分析，强调传统媒体向融媒体方向的转型是广播电视转型可以操作的重要方法之一。就该方法的具体实施来看，其要强调三方面的转变。

第一是需要强调广播电视形态转变。[5] 就实践分析来看，媒介科技的显著发展对传播产业的结构产生了显著地影响，所以在新媒体技术的应用下传媒秩序出现了新局面。就目前的分析来看，传统传播方式和新型的传播方式的明显界限在一步步模糊，而且不同媒介之间的关联性在不断加强，兼容性也有了显著的提升。对数字技术应用环境下的传统广播电视发展做分析可知因为数字媒介的介入，传统广播电视衍生出了新型的媒体业态，比如网络广播电视、手机广播电视等。

第二是广播电视业态的转变。[6] 在过去，传统媒体的划分泾渭分明，但是在“三网融合”的大背景下，不管是任何人还是在任何时间、任何场所，要想实现个性化信息服务的提供，仅仅依靠单一媒体显然是无法适应现阶段融媒体时代工作要求的，所以在工作实践中需要强调各种技术在实践中的利用，从而实现广播电视业态的整体转变。就具体的分析来看，数字压缩技术的利用实现了网络数据传输系统和传统媒体手段的兼容，兼容的实现提高了加载能力，而加载能力的显著增强使得新旧媒体的融合变得越来越普遍，这种融合造就了广电传媒发展的新业态。

第三是广播电视角色的转变。[7] 随着新媒体的不断发展和应用，其在媒介融合中的作用表现越来越明显。就具体的分析来看，在新媒体大环境下，融合新闻内容的采集以及生产出现了方式的转变，这种转变使融合新闻的复杂程度远远超过了传统媒体产品。基于这样的大环境，在实践中，新闻从业者的素质能力需要不断提高。总的来讲，在新媒体不断应用的大环境下，新闻信息的生产者和受众群体角色有了明显的变化，即传统媒体下的新闻受众群体在新媒体环境中成为了信息的生产者和制造者（图 1）。简单来讲，在融媒体时代，任何使用新媒体的个体均会成为信息的生产者和消费者，所以信息生产的固定模式被打破。简言之，在新媒体语境中，广播电视要实现转型，需要明确新媒体环境中广播电视角色的转变，这样，转型工作的实施才会更加有效。

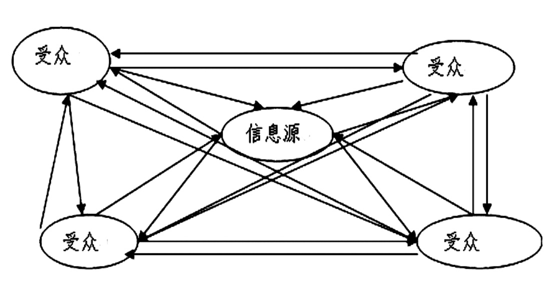



图 1　新媒体信息传播机制图

3.2　文化层面：从公共媒体向公众媒体转型

在新媒体语境下，广播电视的转型还需要从文化层面进行考虑，即将广播电视由公共媒体转变为公众媒体。就此转型工作的具体实施来看，其需要强调三个方面：

第一是在转型的过程中，视听环境需要从客厅向“流动空间”进行转移。基于新的理论视角将广播电视定义为一种家庭的媒介，即立足于一家一户这样的语境对广播电视进行理解。这样，关于广播电视的解读与认知可以从私人角度开展，也可以从社会公众角度进行分析。[8] 基于受众做具体的分析，媒体的吸引力大小和媒体内容、形式有显著的关系。从这个角度进行分析，新媒体无论是内容的丰富性还是形式的多样性都具有着显著的优势，所以在广播电视转型过程中，将原本具有固定性的广播电视基于新媒体技术的利用使其表现出明显的“空间流动”特征，这样，广播电视的受众群体会更多。

第二是在转型的过程中，将视听关系从“观看”向“使用”转型。在三网融合的大背景下，人们的生活方式会发生显著的变化，就广播电视的变化分析来看，最为显著的是，在过去的生活实践中，广播电视主要是用来消遣娱乐的，即人们通过观看影视节目获得文化满足。在目前的新媒体环境下，广播电视成为了人们获取信息的一个重要途径，即家庭电视机成为了信息获取的一个终端，其能够为家庭生活提供多种服务。在过去的广播电视应用中，电视播什么，观众看什么，而在目前的环境下，观众需要什么服务，利用广播电视选择什么服务，这种状态的改变实现了视听关系从“观看”向“使用”的转型。

第三是实现视听信息的获取转型。在过去，因为媒体资源存在着明显的匮乏，所以媒介主体处于垄断话语的状态，在这种状态下，需要接收信息的群体只能够被动的对媒介所传达的信息进行接收。[9] 随着新媒体变革和互联网技术的普遍使用，信息海量化表现越来越突出，这种情况使得公共信息被海量化信息所淹没。换言之，在当前社会环境下，最不缺的便是信息，且信息的多元化等表现强烈。在这样的大环境中，受众获取信息不再需要采集信息，而是需要选取信息，即在海量的信息中选取自身需要的信息内容即可。例如，央视《新闻 1+1》，就该节目的具体分析来看，其所重视的是将网络追踪的热点问题上升为公众共同讨论议题，实现网络议题和公共议题的完美对接，实现对网络话题的深入和独到解读。

3.3　制度层面：从监管媒体向监测媒体转型

在新媒体语境下广播电视要实现转型，需要基于制度层面强调从监管媒体向监测媒体的转型，这样，广播电视的转型目标才会实现。

首先是需要对广电媒体结构进行变革。[10] 广电媒体结构对于具体的工作实践有显著的影响，在过去的实践中，广电媒体结构的专业性表现比较的强烈，但是在新媒体普遍应用的大环境下，媒介技术等的利用实现了融媒体发展。这种环境下运行传统的媒体结构，工作适应性、有效性等均会受到显著的影响，所以在实践中，要真正的达到转型的目标，需要基于实践情况对广电媒体结构进行变革。就媒体变革实践来看：第一是需要明确广电媒体发展的具体方向，明确目标。第二是需要分析现有结构，明确缺陷与不足。第三是进行结构的优化和完善，做到结构合理与科

学。第四是针对结构进行相应的制度建设，从而使结构功用发挥更加的突出。简言之，基于新媒体语境对广电媒体结构进行变革与发展有突出的现实价值。

其次是完善广电监管体制。就具体的工作开展来看，需要对传统的“广播”和新媒体应用中的“网播”做分析，加强监管。对我国新媒体的发展具体分析可知，由于通信和信息传播政策的“规约”对其的限制，新媒体发展的速度明显放缓，网络环境得以净化。[11-12] 基于此，政策条文实现了对媒体以及公司的监管，实际上是对媒体环境的一种保护。

**结语**

综上所述，在新媒体语境下对广播电视转型做分析与讨论，对确定广播电视转型方向、明确广播电视转型目标等有突出的意义。文章分析了新媒体语境的具体内容，并就新媒体语境对广播电视转型的价值以及转型实践中实施的方法和相关操作进行讨论，目的是为当前的实践工作提供指导与帮助。媒

## 参考文献


[1] 周强 . 新媒体语境下广播电视的战略转型 [J]. 传播力研究，2019（004）：90-90.

[2] 乔华 . 新媒体语境下广播电视的战略转型 [J]. 西部广播电视，2020，No.465（01）：49-50.

[3] 沈阳城 . 基于新媒体语境下广播电视的战略转型 [J]. 中国传媒科技，2019，（08）：100-102.

[4] 肖玉旭 . 新媒体语境下广播电视新闻采编的特点 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020，（06）：138-140.

[5] 徐巍 . 浅谈新媒体语境下的广播受众变化与应对之道——以英国广播公司（BBC）为例 [J]. 视听界，2020（4）：59-61，67.

[6] 杨雨晨 . 新媒体语境下广播电视专业实践教学改革 [J]. 中国多媒体与网络教学学报（电子版），2019（006）：161-162.

[7] 邱育莲 . 浅谈新媒体语境下内容创作的变与不变 [J]. 报林，2019，（05）：52-53.

[8] 钟志强 . 论新媒体语境下电视编辑的角色转型与功能拓展 [J]. 传播力研究，2019，（03）：126-127.

[9] 周媛媛 . 浅谈新媒体语境下的电视新闻深度报道 [J]. 新闻研究导刊，2019，010（017）：127，129.

[10] 刘继忠 . 新媒体语境下“中外广播电视史”本科教学的困境与创新 [J]. 教育传媒研究，2019，19（02）：37-39.

[11] 陈宏群 . 新媒体语境下扬州电视台融合传播实践与思考 [J]. 当代电视，2019（001）：90-92.

[12] 任丽丽 . 浅析我国新媒体语境下广播电视的战略化转型策略 [J]. 戏剧之家，2017（5）：293.


**作者简介：**张跃勇（1971-），男，河南清丰，编辑，研究方向：新闻编辑。

（责任编辑：胡杨）

（上接第79页）

闻策划的重要性，对信息资源进行充分整合与挖掘，在信息传播中先入为主、赢得优势。同时，传统媒体要和新兴媒体海量的特点相适应，将市场品牌观念加强，促进产品推介以及市场营销能力增强。

### 5.4 巧用手机视频图片

现阶段，智能手机等移动终端设备发展速度日益加快，同时成为人们生活中不可或缺的一部分，社会中的所有人都可以成为记录新闻事件的一员，他们在社交媒体中，凭借图片、视频等形式记录发生在身边的新闻。[6] 对于社会公众运用自己手机拍摄的图片、视频，编辑人员得到拍摄者同意后，可用于新闻报道素材编辑工作。大多数情况下，公众提供的图片、视频等，可以帮助广播电视台媒体第一时间将最新发生的新闻消息获得，同时第一时间追踪报道有价值的新闻。但是，此种方式存在着许多缺陷，因为相较于新闻记者来说，社会群众缺少相关的职业素养，他们总是站在主观层面，拍摄新闻视频和图片，进而难以将新闻的价值充分展现出来。因此，遇到此情况的时候，广播电视台编辑人员需要利用自身专业技能，选择极具价值的资料。

**结语**

综上所述，新媒体背景下，广播电视台编辑的存在意义越发重要，所以编辑人员时候可以对编辑方式进行优化创新，与节目整体播出效果之间存在着紧密地联系，并决定了节目的收视率和收听率等，直接影响广播电视台的生存发展。因此，广播电视台编辑人员需要不断提升自己，做到与时俱进，关心群众呼声，才可以确保所写出的新闻稿件深受大众喜爱。虽然广播电视台编辑人员很少参与播报节目，但作为幕后人，应竭尽全力，促进广播电视事业良好发展。媒

## 参考文献


[1] 朱臻 . 探析新媒体背景下的广播电视台编辑工作技巧 [J]. 新闻传播，2020，370（01）：121-122.

[2] 薛莉 . 基于新媒体背景探究广播电视台编辑工作技巧 [J]. 电视技术，2019，520（Z1）：40-42.

[3] 布鲁根其米克 . 新媒体环境下广播电视台编辑工作特点分析 [J]. 记者摇篮，2020，594（06）：66-67.

[4] 李晓明 . 探讨广播电视台编辑工作融入新媒体的有效途径 [J]. 新闻文化建设，2020（07）：67-68.

[5] 杨永珍 . 新媒体环境下广播电视台新闻编辑工作的多样化分析 [J]. 新闻研究导刊，2020，191（11）：148-149.

[6] 王伟 . 新媒体背景下广播电视编辑业务创新与发展探讨 [J]. 新闻文化建设，2020（08）：70-71.


**作者简介：**张爱军（1970-），男，安徽宿州，编辑，研究方向：传统媒体、广播电视、编辑创新。

（责任编辑：胡杨）